

**PROFIL PELANCONG MENGIKUT DEMOGRAFI, GAYA HIDUP,
AKTIVITI KEGEMARAN DAN NILAI-NILAI PERIBADI
DI DESTINASI PELANCONGAN WARISAN**

Projek Sarjana ini diserahkan kepada Sekolah Siswazah
sebagai memenuhi sebahagian daripada keperluan
Ijazah Sarjana Sains (Pengurusan),
Universiti Utara Malaysia.

Oleh:

RAHIME BT AB. RAUF



Sekolah Siswazah
(Graduate School)
Universiti Utara Malaysia

PERAKUAN KERJA KERTAS PROJEK
(Certification of Project Paper)

Saya, yang bertandatangan, memperakukan bahawa
(I, the undersigned, certify that)

RAHIME BT. AB. RAUF

calon untuk Ijazah Sarjana Sains (Pengurusan)
(candidate for the degree of)

telah mengemukakan kertas projek yang bertajuk
(has presented his/her project paper of the following title)

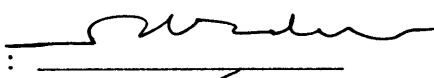
PROFIL PELANCONG MENGIKUT DEMOGRAFI, GAYA HIDUP, AKTIVITI KEGEMARAN

DAN NILAI-NILAI PERIBADI DI DESTINASI PELANCONGAN WARISAN

Seperti yang tercatat di muka surat tajuk dan kulit kertas projek
(as it appears on the title page and front cover of project paper)

bahawa kertas projek tersebut boleh diterima dari segi bentuk serta kandungan,
dan meliputi bidang ilmu dengan memuaskan.
*(that the project paper acceptable in form and content, and that a satisfactory
knowledge of the field is covered by the project paper)*

Nama Penyelia
(Name of Supervisor) : **Dr. Shaharudin Bin Tahir**

Tandatangan
(Signature) : 

Tarikh
(Date) : **29 Mac 2001**

KEBENARAN MENGGUNA

Dalam menyerahkan projek Sarjana ini sebagai sebahagian keperluan pengajian lepasan ijazah Universiti Utara Malaysia (UUM), saya bersetuju supaya pihak Perpustakaan UUM menggunakan projek Sarjana ini bagi tujuan rujukan. Saya juga bersetuju bahawa kebenaran untuk membuat salinan keseluruhan atau sebahagian daripadanya bagi tujuan akademik mestilah mendapat kebenaran daripada penyelia saya atau semasa ketiadaan beliau, kebenaran tersebut boleh diperolehi daripada Dekan Sekolah Siswazah. Sebarang penyalinan, penerbitan atau penggunaan ke atas keseluruhan atau sebahagian daripada projek ini, untuk pemerolehan kewangan adalah tidak dibenarkan sama sekali tanpa kebenaran daripada saya.

Di samping itu, pengiktirafan kepada saya dan UUM seharusnya diberikan dalam kegunaan bahan yang terdapat dalam kertas projek ini. Permohonan untuk kebenaran membuat salinan atau lain-lain kegunaan, sama ada keseluruhan atau sebahagiannya, boleh dibuat dengan menulis kepada :

Dekan Sekolah Siswazah

Universiti Utara Malaysia

06010 Sintok, Kedah Darul Aman

ABSTRAK

Industri pelancongan telah berkembang dengan begitu signifikan dan menyeluruh sifatnya. Ini termasuklah beberapa jenis pelancongan yang baru berasaskan warisan, sejarah dan budaya sesebuah negara. Dari itu adalah tidak menghairankan sekiranya pelancongan berasaskan warisan menjadi katalis dalam pengalaman melancong. Dengan perkembangan terbaru ini satu kajian cuba dilakukan untuk mencari profil pelancong berasaskan ciri demografi dan psikografi mereka dan meneliti sama ada wujud ciri yang serupa antara pelancong yang datang ke destinasi warisan ini. Dalam konteks kajian ini skop warisan hanya dirujuk kepada tempat bersejarah sahaja. Bagi tujuan tersebut kajian telah dilakukan di enam buah lokasi berbeza di Melaka Bandaraya Bersejarah. Dan destinasi ini dipilih atas dasar persamaan jumlah kedatangan pelancong, lokasi geografi, nilai sejarahnya dan beberapa ciri yang lain. Dapatan kajian menunjukkan bahawa memang wujud ciri demografi dan psikografi yang serupa di kalangan pelancong ini. Antaranya mereka ini kebanyakannya perempuan, berpendidikan, berusia antara 31 hingga 40 tahun, berkenderaan sendiri dan bermacam ciri demografi lain lagi. Malahan dapatan kajian juga mendapati mereka yang bersifat 'active centric' dan yang mempunyai nilai peribadi yang mementingkan hubungan yang mesra dengan orang lain merupakan pengunjung destinasi ini. Berdasarkan maklumat yang tepat dan terkini kajian ini akan dapat memangkin dan memandu pengusaha pelancongan untuk membuat segmentasi pasaran yang tepat untuk memantapkan dan membangunkan produk mereka. Malahan dalam masa yang sama membantu mereka untuk membentuk polisi pemasaran yang sesuai untuk sepanjang millinium ini dan fleksibel untuk membolehkan mereka merebut peluang kesan daripada perubahan dalam pasaran.

ABSTRACT

The tourism industry has grown phenomenally in the past few decades. Coupled with the growth in tourism is a booming interest in history, heritage and culture. It is not surprising that heritage has become a major catalyst for the whole travel experience. In accordance with this new development a survey is conducted to develop a profile of visitors to the heritage tourism destinations based on lifestyles, activity level preference and personal values. For the purpose of this study, only historical buildings are concerned as heritage tourism products. And data were collected by surveying visitors at six heritage tourism destinations, all of which shared a number of similar characteristics, including their rates of visitation, geographic location etc. What is more important these destinations have a historical value and played a role of national historic significance. The findings indicated visitors to all of these destinations possessed **very** homogeneous demographic characteristics. For instance, majority of the visitors are female, age between 31-40, attained high level of education achievement and preferred to travel with own vehicle. In considering lifestyles and activity level preferences, respondents at all destinations bore a striking resemblance to each other, most of them are classified as 'active centrals'. And as to personal values, visitors are concerned about warmth relationship with others. Given accurate and up-to-date information to the marketers, this will permit them to do proper segmentation. Thus a marketing policy which remains valid throughout the new millennium, whilst allowing sufficient flexibility for advantage to be taken of opportunities in response to changing market conditions.

PENGHARGAAN

Setinggi penghargaan dan terima kasih kepada Dr. Shaharudin B. Tahir selaku Penyelia yang telah banyak membimbing dan memberi khidmat nasihat kepada saya dalam melengkapkan kertas projek ini.

Ucapan terima kasih juga untuk rakan-rakan yang telah banyak memberi sokongan moral dan buah fikiran bagi memurnikan penghasilan ini.

Akhir kata, ucapan sekalung budi juga saya rakamkan buat adik dan keluarga di atas dorongan yang tidak berbelah bagi.

Terima kasih,
RAHIME BT. AB. RAUF

ISI KANDUNGAN

HALAMAN

| | |
|--------------------|-----|
| Kebenaran Mengguna | i |
| Abstrak | ii |
| Abstract | iii |
| Penghargaan | iv |
| Isi Kandungan | v |
| Senarai Jadual | ix |
| Senarai Rajah | x |

BAB 1 : PENGENALAN

| | | |
|-------|----------------------------------------------|----|
| 1.0 | Pendahuluan | 1 |
| 1.1 | Definisi Pelancongan Warisan | 5 |
| 1.2 | Pernyataan Masalah | 7 |
| 1.3 | Tujuan Kajian | 9 |
| 1.4 | Soalan–soalan Kajian | 10 |
| 1.5 | Kerangka Teoritikai | 11 |
| 1.5.1 | Gayahidup dan tahap minat aktiviti pelancong | 11 |
| 1.5.1 | Nilai peribadi – Senarai nilai-nilai | 13 |
| 1.5.2 | Destinasi pelancongan warisan | 14 |
| 1.5.3 | Pembolehubah demografi | 15 |
| 1.6 | Signifikan Kajian | 15 |
| 1.7 | Rumusan Bab 1 | 16 |

BAB 2: ULASAN KARYA

| | | |
|-----|------------------------------------------------------|----|
| 2.0 | Pendahuluan | 18 |
| 2.1 | Psikografi | 19 |
| 2.2 | Nilai-nilai Peribadi | 24 |
| 2.3 | Strategi Segmentasi Pasaran | 26 |
| 2.4 | Pelancongan Warisan | 31 |
| 2.5 | Demografi | 36 |
| | 2.5.1 Usia | 37 |
| | 2.5.2 Jantina | 38 |
| | 2.5.3 Status Kitaran Hayat | 38 |
| | 2.5.4 Status Pekerjaan | 38 |
| | 2.5.5 Tahap Pendidikan | 39 |
| | 2.5.6 Saiz Keluarga dan Status Kitaranhayat Keluarga | 40 |
| | 2.5.7 Lain-lain Ciri Demografi | 40 |
| 2.6 | Rumusan Bab 2 | 40 |

BAB 3: METODOLOGI KAJIAN

| | | |
|-----|----------------------|----|
| 3.0 | Pendahuluan | 42 |
| 3.1 | Kerangka Konseptual | 42 |
| 3.2 | Soalan-soalan Kajian | 45 |
| 3.3 | Sampel Kajian | 45 |
| 3.4 | Lokasi Kajian | 46 |
| 3.5 | Instrumen Kajian | 54 |
| 3.6 | Metod Kutipan Data | 55 |
| 3.7 | Analisa Data | 56 |
| 3.8 | Rumusan Bab 3 | 58 |

BAB 4: DAPATAN KAJIAN

| | | |
|--------|---------------------------------------------|-----|
| 4.0 | PENDAHULUAN | 59 |
| 4.1 | Analisa Kajian | 59 |
| 4.1.1 | Jantina | 59 |
| 4.1.2 | Status perkahwinan | 61 |
| 4.1.3 | Status keluarga | 64 |
| 4.1.4 | Kitaran hayat keluarga | 66 |
| 4.1.5 | Umur | 70 |
| 4.1.6 | Tahap pendidikan | 74 |
| 4.1.7 | Status pekerjaan | 77 |
| 4.1.8 | Mereka yang mempengaruhi keputusan melawat | 79 |
| 4.1.9 | Jarak perjalanan | 85 |
| 4.1.10 | Tempoh percutian | 89 |
| 4.1.11 | Kenderaan yang digunakan | 92 |
| 4.2 | Analisa Gaya Hidup dan Tahap Minat Aktiviti | 97 |
| 4.3 | Analisa Senarai Nilai Peribadi | 99 |
| 4.4 | Rumusan Data Demografi Pelancong | 100 |
| 4.5 | Rumusan Bab 4 | 104 |

BAB 5: RUMUSAN KAJIAN

| | | |
|-------|--------------------------------|-----|
| 5.0 | Pendahuluan | 105 |
| 5.1 | Ciri Demografi Yang Homogenous | 105 |
| 5.2 | Cir Psikografi Yang Homogenous | 112 |
| 5.3 | Nilai-nilai Peribadi | 113 |
| 5.4 | Kesimpulan Kajian | 115 |
| 5.5 | Batasan Kajian | 117 |
| 5.5.1 | Sampel kajian | 117 |
| 5.5.2 | Jangkamasa kajian | 117 |
| 5.5.3 | Lokasi | 118 |
| 5.5.4 | Kedudukan geografi | 118 |

| | | |
|-------------------------------------------------|-------------------------|-----|
| 5.5.5 | Senarai nilai peribadi | 118 |
| 5.6 | Cadangan | 119 |
| 5.6.1 | Sampel | 119 |
| 5.6.2 | Masa kajian | 119 |
| 5.6.3 | Kedudukan geografi | 120 |
| 5.6.4 | Asas pembentukan profil | 121 |
| 5.6.5 | Lain-lain | 121 |
| 5.7 | Penutup | 122 |
| 5.8 | Rumusan Bab 5 | 125 |
| BIBLIOGRAFI | | 127 |
| LAMPIRAN 1: GAMBAR-GAMBAR DESTINASI PELANCONGAN | | |
| LAMPIRAN 2: SOALSELIDIK | | |

SENARAI JADUAL

| No. Jadual | TAJUK JADUAL | Halaman |
|--------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| Jadual 4.1 | Profil Pelancong Mengikut Jantina | 61 |
| Jadual 4.2 | Profil Pelancong Mengikut Status Perkahwinan | 63 |
| Jadual 4.3 | Profil Pelancong Mengikut Status Keluarga | 64 |
| Jadual 4.4 | Profil Pelancong Yang Mempunyai Anak Bawah 15 tahun | 68 |
| Jadual 4.5 | Profil Pelancong Mengikut Umur | 72 |
| Jadual 4.6 | Profil Pelancong Mengikut Tahap Pendidikan | 75 |
| Jadual 4.7 | Profil Pelancong Mengikut Status Pekerjaan | 78 |
| Jadual 4.8 | Profil Pelancong Mengikut Faktor Yang Mempengaruhi Mereka Melancong | 81 |
| Jadual 4.9 | Profil Pelancong Mengikut Jarak Perjalanan | 85 |
| Jadual 4.10 | Profil Pelancong Mengikut Tempoh Percutian | 90 |
| Jadual 4.11 | Profil Pelancong Mengikut Jenis Kenderaan Yang Digunakan | 93 |
| Jadual 4.12 | Profil Pelancong Berdasarkan Jantina, Status Perkahwinan, Status Keluarga dan Kitaran Hayat Keluarga | 100 |
| Jadual 4.13 | Profil Pelancong Berdasarkan Umur, Tahap Pendidikan dan Status Pekerjaan | 101 |
| Jadual 4.14 | Profil Pelancong Berdasarkan Jarak Perjalanan dan Profil Pelancong Mengikut Faktor Yang Mempengaruhi Mereka Melancong | 102 |
| Jadual 4.1.5 | Profil Pelancong Berdasarkan Tempoh Percutian dan Jenis Kenderaan | 103 |

SENARAI RAJAH

| No. Rajah | TAJUK RAJAH | Halaman |
|------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| Rajah 1.1 | Model Gaya Hidup dan Tahap Minat Aktiviti | 21 |
| Rajah 3.1 | Hubungan Faktor Demografi Dengan Personaliti | 43 |
| Rajah 3.2 | Hubungan antara Jenis Pelancong, Faktor Motivasi dan Jenis Destinasi | 44 |
| Rajah 4.1 | Carta Pie Menunjukkan Profil Pelancong Mengikut Jantina | 61 |
| Rajah 4.2 | Carta Pie Menunjukkan Profil Pelancong Mengikut Status Perkahwinan | 64 |
| Rajah 4.3 | Carta Pie Menunjukkan Profil Pelancong Mengikut Status Keluarga | 66 |
| Rajah 4.4 | Carta Bar Menunjukkan Profil Pelancong Yang Mempunyai Anak Bawah 15 tahun | 69 |
| Rajah 4.5 | Carta Bar Menunjukkan Profil Pelancong Mengikut Umur | 72 |
| Rajah 4.6 | Carta Bar Menunjukkan Profil Pelancong Mengikut Tahap Pendidikan | 75 |
| Rajah 4.7 | Carta Bar Menunjukkan Profil Pelancong Mengikut Status Pekerjaan | 78 |
| Rajah 4.8 | Carta Bar Menunjukkan Profil Pelancong Mengikut Faktor Yang Mempengaruhi Mereka Melancong | 81 |
| Rajah 4.9 | Carta Bar Menunjukkan Profil Pelancong Mengikut Jarak Perjalanan | 86 |
| Rajah 4.10 | Carta Bar Menunjukkan Profil Pelancong Mengikut Tempoh Percutian | 90 |
| Rajah 4.11 | Carta Bar Menunjukkan Profil Pelancong Mengikut Jenis Kenderaan | 94 |
| Rajah 4.12 | Model Plog Berkaitan Dengan Gaya Hidup dan Tahap Minat Aktiviti | 98 |

BAB 1

PENGENALAN

1.0 PENDAHULUAN

Dalam tempoh Rancangan Malaysia Keenam (RME), sektor pelancongan telah berkembang pada kadar dua angka, melebihi sasaran awal RME dan memberi sumbangan yang besar kepada ekonomi negara dari segi perolehan tukaran asing. Pada tahun 2000 pula pendapatan pelancongan dijangka meningkat kepada RM 15.7billion (Rancangan Malaysia Ketujuh, 1996). Ia merupakan sebuah industri yang sentiasa berkembang dan menawarkan pulangan yang menarik jika pengusaha pandai mencari peluang malahan John Naisbitt dalam bukunya ' In Global Paradox ' juga mengakui hakikat ini. Beliau berpendapat industri pelancongan merupakan penyumbang kepada Keluaran Negara Kasar yang terbesar di dunia, iaitu menghampiri \$ 3.4 trillion. Malahan menurut Travel Industries Association di Amerika, bilangan mereka yang melancong dalam dan luar negeri meningkat dua kali ganda.

Perubahan dalam teknologi maklumat, globalisasi, peningkatan jangka hayat hidup menyebabkan masyarakat hari ini lebih berpeluang bagi

The contents of
the thesis is for
internal user
only

BIBLIOGRAFI

- Ashworth, G. & Goodall, B. (1990). Tourist images: marketing considerations. In (eds.) Goodall, B and Ashworth, G., Marketing in the Tourism Industry, pp. 213-233. London : Routledge.
- Bangunan-bangunan bersejarah : Pengabdian kegemilangan masa lalu. (1994, April), Berita Pelancongan, pp. 16-21.
- Brown, N. & Boston, S. (1994). Comparison of visitors to Petersburg and Nauvoo in Illinois. Journal of Hospitality and Tourism Research, 5(1), 67-84.
- Cass, Ginny & Jahrig, Shannon. (1998). Heritage tourism: Montana's hottest travel trend. Montana Business Quarterly, 36, 8-15.
- Chisnall, Peter M. (1995). Consumer behaviour (3rd Ed.). London : McGraw-Hill.
- Confer, John C. & Kerstetter, Deborah L. (2000). Past perfect : explorations of heritage tourism. Parks & Recreation, 35, 28-33.
- Cossons, Neil. (1989). Heritage tourism – trends and tribulations. Tourism Management, 10, 192-194.
- Demby, E. (1994). Psychographics revisited: The birth of a technique. Marketing Research, 6(2), 26-29.
- Dickinson, Rachel. (1996). Heritage tourism is hot. American Demographics, 18, 13-15.
- Dower, M. (1975). Tourism and conservation in Europe. Ekistics, 232 : 192-195.
- Fish, Mary & Waggle, Doug. (1996). Current income versus total expenditure measures in regression models of vacation and pleasure travel. Journal of Travel Research, 35, 70-74.
- Glason, J. (1994). Oxford : a heritage city under pressure. Tourism Management, 15(2), 137-144.
- Griffith, David A. & Albanese, Paul J. (1996). An examination of Plog's psychographics travel model within a student population. Journal of Travel Research, 34, 47-51.

- Gun, Clare. (1985). Getting ready for mega trends in travel attractions. Tourism Management, 6, 138-141.
- Gustin, M & Weaver, P. (1993). The mature market: Underlying dimensions and group differences of a potential market for the hotel industry. FIU Hospitality Review, 11(2), 43-48.
- Harper, Dee Dobson. (1998). Heritage wins support of N.C tourism chief. Business Journal Serving Charlotte & the Metropolitan Area, 13, 35-36.
- Hawkins, Donald. (1992). Prospects and challenges for tourism to the millennium. Tourism Management, 14, 392-396.
- Hayes, Bernetta J. Claiming our heritage is booming industry. American Visions, 12, 43-48.
- Hewison, R. (1987). The Heritage Industry : Britain in a Climate of Decline. London : Metheun.
- Hollinshead, K. (1996). Historical tourism in an age of historical amnesia. World's-Eye View on Hospitality Trends, 5(2), 15-19.
- Kahle, L., Beatty, S. & Homer, P. (1986). Alternative measurement approaches to consumer values: The list of values (LOV) and values and lifestyle (VALS). Journal of Consumer Research , 13(3), 405-409.
- Kamakura, W. & Mazzon, J. (1991). Value segmentation : A model for the measurement of values and systems. Journal of Consumer Research, 18 (9), 208-218.
- Kamakura, W. & Novak, T. (1992). Value-system segmentation: Exploring the meaning of LOV. Journal of Travel Research, 32(3), 22-28.
- Lawson, Rob, Gnoth, Juergen & Paulin Kerry. (1996). Tourists' awareness of prices for attractions and activities. Journal of Travel Research, 34, 3-10.
- Laporan tahunan statistik pelancongan / Annual tourism statistical report (1998).
Bil. 9. Kuala Lumpur : Kementerian Kebudayaan, Kesenian dan Pelancongan Malaysia.
- Madrigal, R. & Kahle, L. (1994). Predicting vacation activity preferences on the basis of value-system segmentation. Journal of Travel Research, 32(3), 22-28.

- Maken, J. (1987). The importance of U.S. historic sites as visitor attractions. Journal of Travel Research, 24(1), 2-6.
- Malaysia. (1999). Rancangan Malaysia Ketujuh. 1996-2000. Kuala Lumpur : Jabatan Percetakan Nasional Bhd.
- Malaysia. (1997). Malaysia tourism policy : Study policy document. Ministry of Culture & Tourism Malaysia.
- Malaysia to protect historical monuments as tourism attractions. (2000, September). Xinhua News Agency, pp 1.
- Millar, Sue. (1989). Heritage management for heritage tourism. Tourism Management, 10, 9-14.
- Nuryanti, Weindu. (1996). Heritage and postmodern tourism. Annals of Tourism Research, 23, 249-260.
- Penemuan arkeologi di Malaysia. (1993). Berita Pelancongan. pp. 11-16.
- Peterson, K. (1994). The heritage resources as seen by the tourist : The heritage connection. In (ed.) Van Harsseel, J. Tourism: an Exploration. Third edition. Englewood Cliffs. New Jersey: Prentice Hall.
- Plog, S. (1990). A carpenter's tools: An answer to Stephen L.J. Smith's review of phychocentrism/allocentrism. Journal of Travel Research, 29(4), 43-45.
- Prentice, Richard, Guerin, Sinead & McGugan, Stuart. (1998). Visitors learning at heritage attraction: a case study of *Discovery* as a media product. Tourism Management, 19, 5-23.
- Research into action : history promotes itself. Parks & Recreation, 35, 34-38.
- Richards, G. (1996). Production and consumption of European cultural tourism. Annals of Tourism Research, 23, 261-283.
- Rubin, R. & Nieswadowy, M. (1994). Expenditure patterns of retired and nonretired persons. Monthly Labor Review, 38 (4), 10-21.
- Rudd, Mechelle A & Davis, James A. (1998). Industrial heritage tourism at Birmingham Canyon copper mine. Journal of Tourism Research, 36, 84-88.
- Schewe, C. & Calantone, R. (1998). Psychographics segmentation of tourist. Journal of Travel Research, 16(3), 14-20.

- Sekaran, Uma. (2000). Research methods for business : a skill building approach (3rd Ed.) New York : John Wiley & Sons, Inc.
- Sharpley, R. (1994). Tourism, tourist and society. Cambridgeshire: ELM Publications.
- Shoemaker, Stowe. (1994). Segmenting the US travel market according to benefits realized. Journal of Travel Research, 32, 8-21.
- Shoemaker, S. (1994). Segmenting the U.S. travel market according to benefits realized. Journal of Travel Research, 32(3), 8-21.
- Study : Heritage tourists' account for 20% of travel spending. Travel Weekly, 58, 111-114.
- Silberberg, T. (1995). Cultural tourism and business opportunities for museums and heritage sites. Tourism Management, 16 (5), 361-365.
- Taylor, D., Fletcher, R & Claubaugh, T. (1993). A comparison of characteristics, regional expenditures, and economic impact of visitors to historical sites with other recreational visitors. Journal of Travel Research, 31 (1), 30-35.
- Tighe, Anthony J. Cultural tourism in USA. Tourism Management, 6, 234-234.
- Tourism indicators and economic impact sectoral reports (1997). Kuala Lumpur : Ministry of Culture, Arts and Tourism Malaysia.
- Vinson, D., Scott, J. & Lamont, L. (1997). The role of personal values in marketing and consumer behavior. Journal of Marketing, 41(2), 44-50.
- Woodside, A., Cook, V. & Mindak, W. (1987). Profiling the heavy traveler segment. Journal of Travel Research, 25(4), 9-14.
- Williamson, J. Reid. (2000). Lets capitalized on popularity of heritage travel. Indianapolis Business Journal, 20, 12-14.
- Young, S. Ott, L. & Feigin, B. (1978). Some practical considerations on market segmentation. Journal of Marketing Research, 15 (7), 70-77.
- Zeppel, H. & Hall, C. (1992). Arts and heritage tourism. In Weiler, B. & Hall, C. Special Interest Tourism. London : Belhaven, 47-68.